



**La  
disinformazione  
nell'era dei  
social media**

***Cristopher Cepernich***

**Insegna Sistemi mediali e Ict  
| Web journalism | Sociologia  
della comunicazione  
all'Università di Torino**

**Presidente Associazione  
Italiana di Comunicazione  
Politica**

**[cristopher.cepernich@unito.it](mailto:cristopher.cepernich@unito.it)**

**FAKE NEWS = ?**



# La complessità del fenomeno è legata ai diversi tipi di attori e di sistemi coinvolti

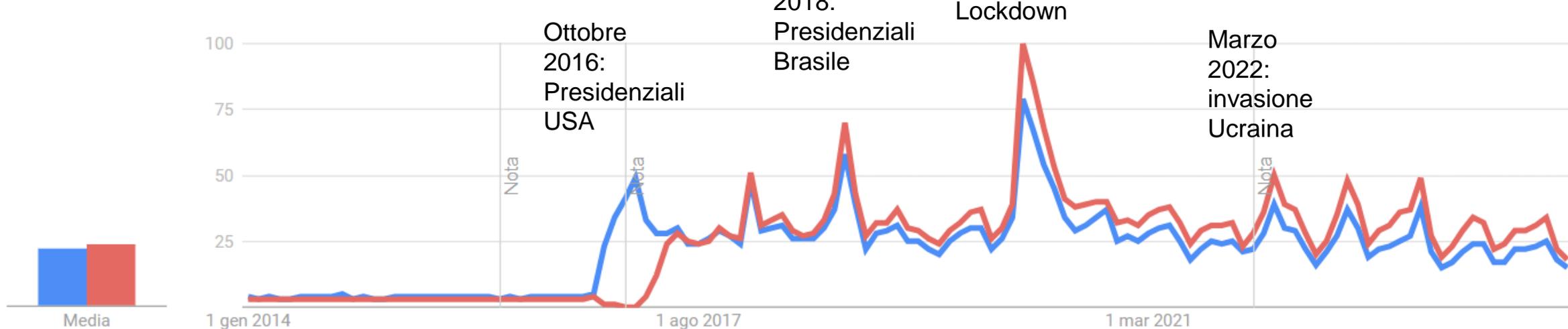


# Fake news: stato endemico dell'informazione globale

Interesse nel tempo



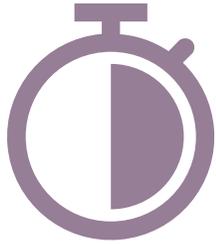
I numeri rappresentano l'interesse di ricerca rispetto al punto più alto del grafico in relazione alla regione e al periodo indicati. Il valore 100 indica la maggiore frequenza di ricerca del termine, 50 indica la metà delle ricerche. Un punteggio pari a 0, invece, indica che non sono stati rilevati dati sufficienti per il termine.



# IL PROGRAMMA DI OGGI



**FAKE NEWS: UN CONCETTO  
EFFICIENTE?**



**LA DISINFORMAZIONE E'  
PARTE DI UN ECOSISTEMA**



**LE NEWS E IL GIORNALISMO**



**LA QUALITA'  
DELL'INFORMAZIONE CONTRO  
LA DISINFORMAZIONE: UNA  
QUESTIONE AMBIENTALE**





**MOBILITA'** | **SMARTPHONE 83%**

**PLATFORMIZATION** | **WA 78%, FB 61%, IG 42%,  
TG 20%, SP 16%, TK 14%**

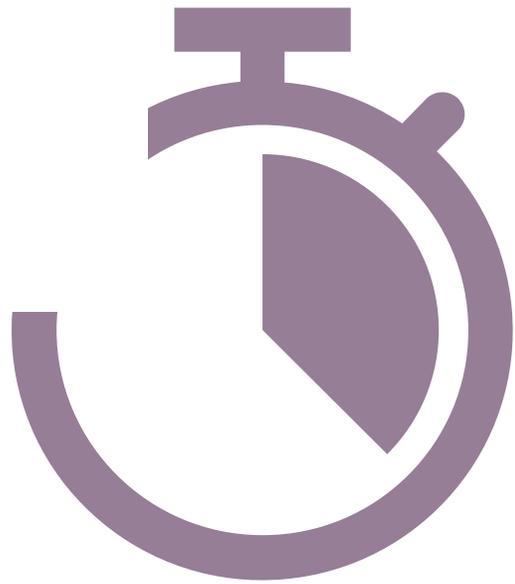
**IBRIDAZIONE** | **TV +0,5%, WEBTV +7%, MOBILE  
TV +5%, RADIO +3%**

**PROFILAZIONE ALGORITMICA** |  
**IPERSELETTIVITA', LOGICA ALGORITMICA VS  
VALORE-NOTIZIA**

**SATURAZIONE DELL'AMBIENTE INFORMATIVO** |  
**GATEKEEPER VS SELFGATEKEEPER**

**DESTRUTTURAZIONE UNITA' INFORMATIVA  
MINIMA** | **CONTENITORE VS NEWS**

**GIORNALISMO 'POSTINDUSTRIALE'** | **DIGITAL  
FIRST, SOSTENIBILITA' DEL MODELLO DI  
BUSINESS**



**Fake news:  
un concetto  
efficiente?**

# Ambiguità definitoria: termini affini ma non complementari



# Come si riconosce una fake news? 3 elementi distintivi + 1

**1. Formato notizia\*:** titolo, pseudo-autore, pseudo-testata

**2. Web come ambiente privilegiato di diffusione**

**3. Obiettivi economico-politici**

+

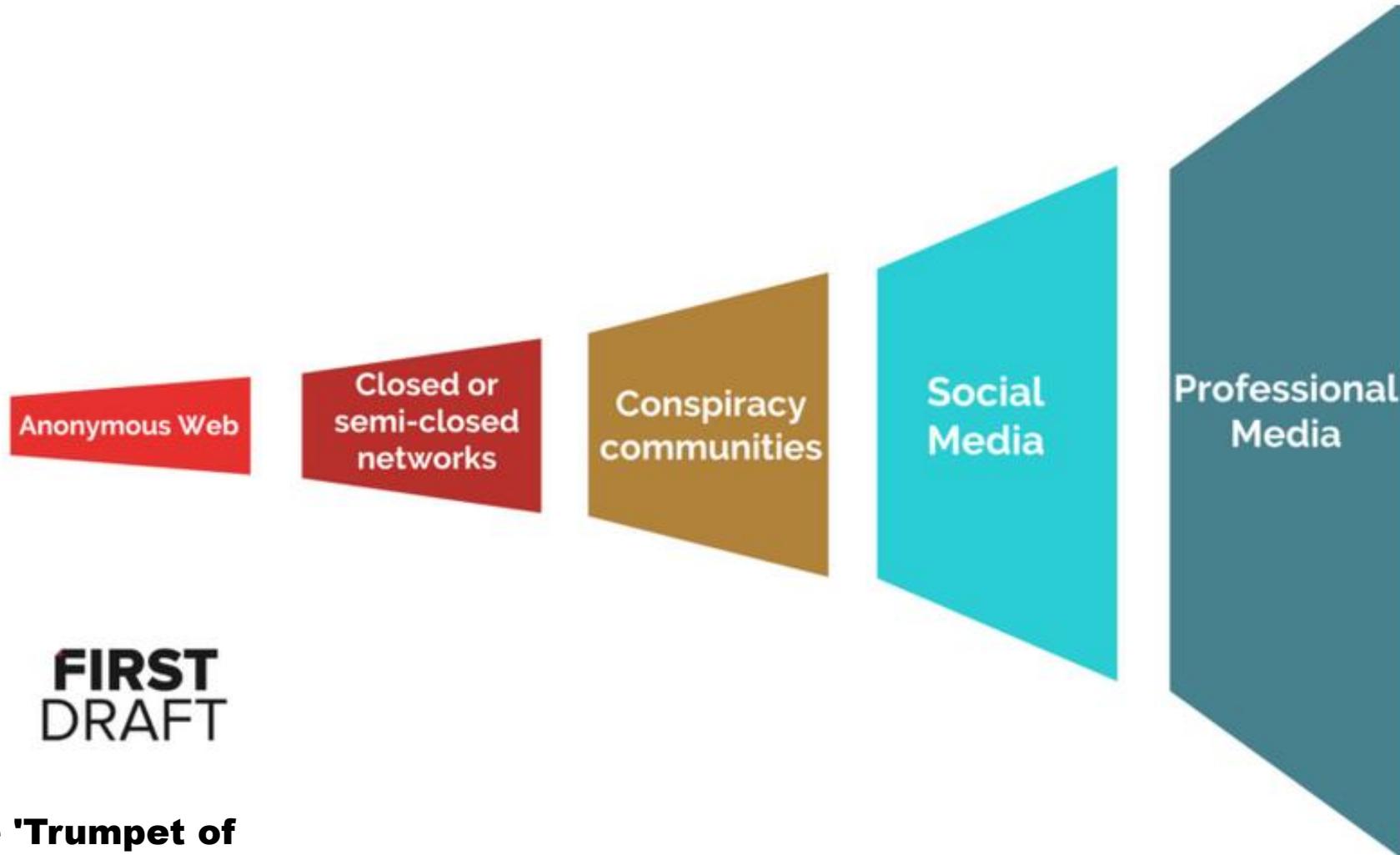


**«effetto agenda»**

\*'the fake news genre' (Egelhofer & Lecheler, 2019): referring to the intentional spread of false information, masked as traditional news, to advance political goals or generate ad revenues (Bennett & Livingston, 2018; Guesset al., 2019; Pickard, 2016)

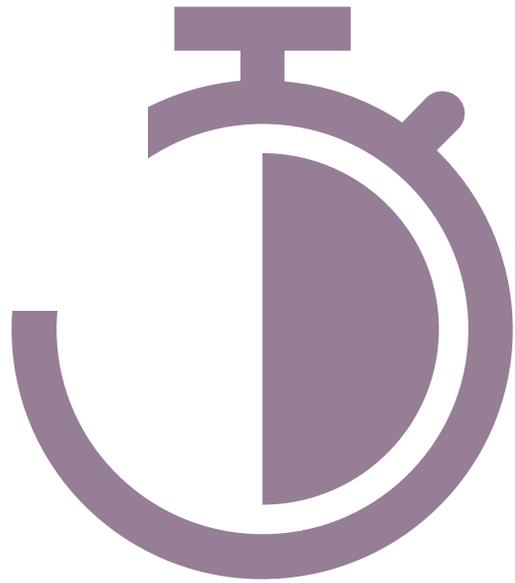


# «Effetto agenda»



**The 'Trumpet of Amplification'**





# **La disinformazione come ecosistema**



# Concetti alternativi



Misleading  
information

(Giglietto et al. 2016)



Information  
disorder

(Wardle et al. 2017)

**Il concetto di «Misleading information» focalizza l'inganno dell'opinione pubblica come obiettivo del fenomeno: il concetto di «disordine informativo» inquadra il fenomeno come conseguenza**



Il concetto di “***misleading information***” non distingue solo tra:

- **Disinformation:** quando le fake news sono create e condivise intenzionalmente
- **Misinformation:** quando le fake news sono create e condivise non intenzionalmente

→ Introduce di fatto una “metacategoria” che unisce entrambe, in una **prospettiva processuale**



**Prospettiva più marcatamente  
processuale:  
4 tipi di propagazione di una fake-news  
«informazione ingannatrice»**

**Nasce Dis → condivisa Dis**

**Mis → Dis**

**Dis → Mis**

**Mis → Mis**



*Table 1. A matrix of four typologies of propagations.*

	PROPAGATOR	
CREATOR/PROPAGATOR	Perceived as “false”	Perceived as “true”
Perceived as “false”	1	3
Perceived as “true”	2	4



# INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making



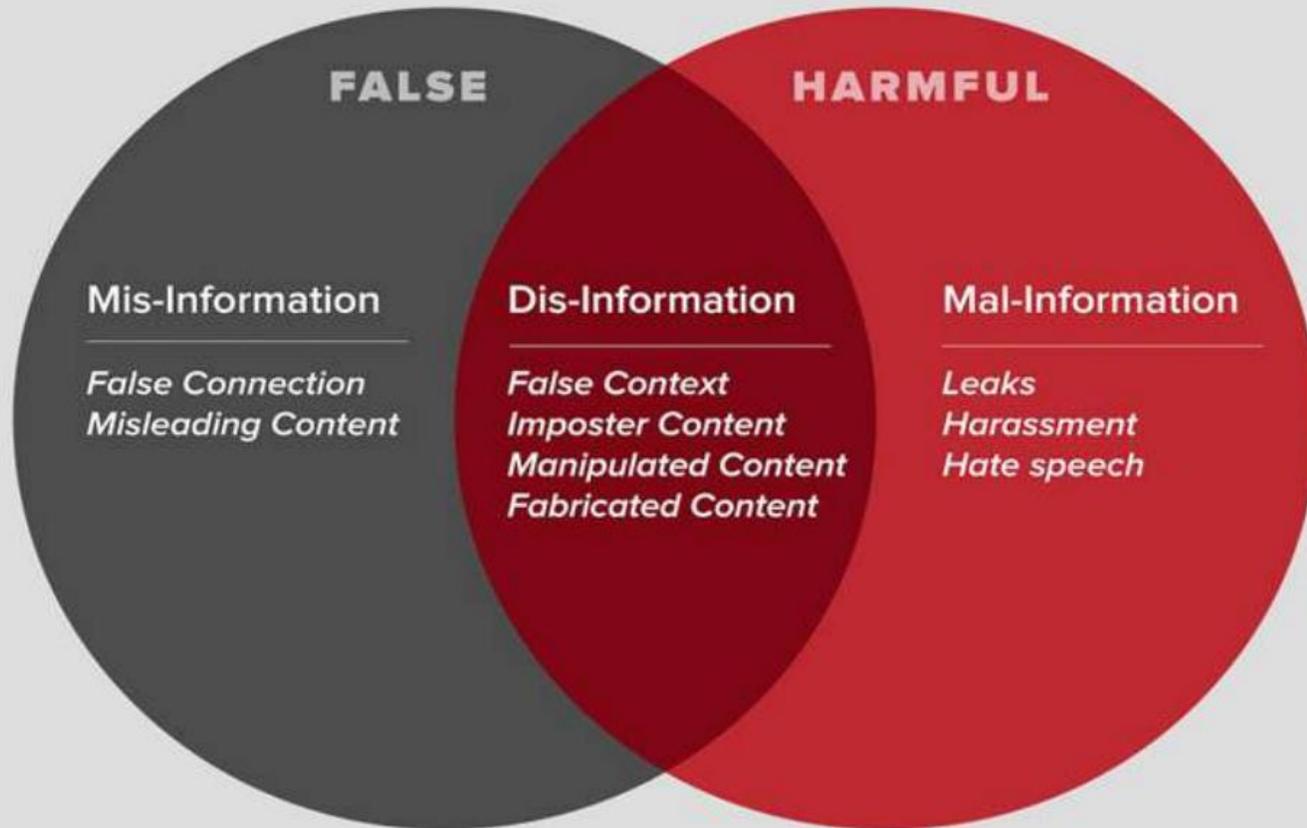
Council of Europe report  
DGI(2017)09

Claire Wardle, PhD  
Hossein Derakhshan

**Information  
disorder**



# INFORMATION DISORDER



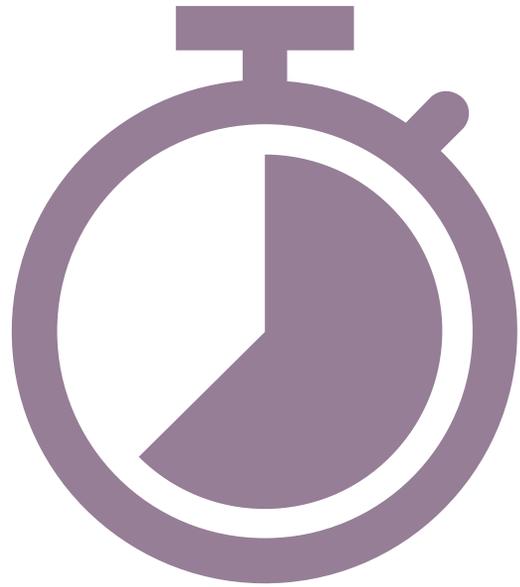
## I 3 elementi alla base del “disordine informativo”:

- ***Mis-information*** quando vengono condivise informazioni false, senza che vi sia alcuna intenzione di nuocere.
- ***Dis-information*** è quando le informazioni false vengono consapevolmente condivise per causare un danno.
- ***Mal-information*** è quando informazioni autentiche vengono condivise per arrecare danno, spesso spostando nella sfera pubblica informazioni destinate a rimanere private.



Informati  
on  
disorder





**E le news?**



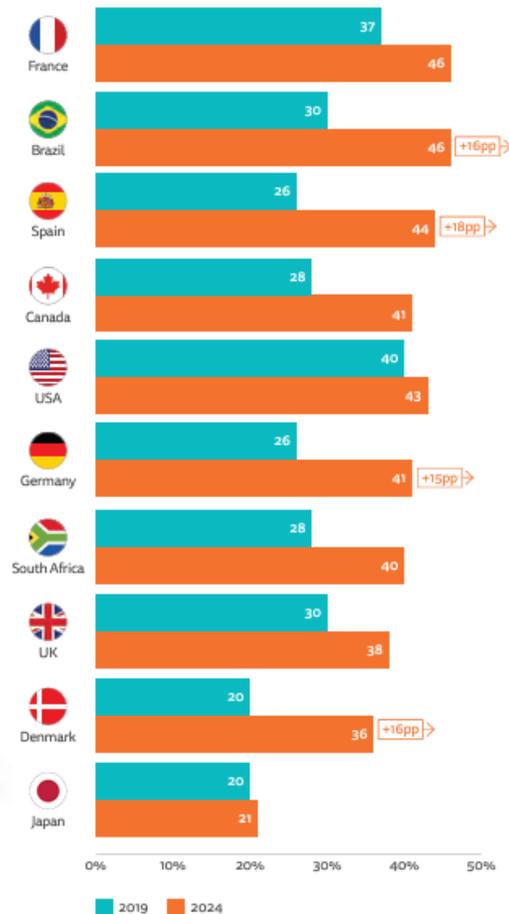
# E LE NEWS? AVOIDENCE!

- Secondo il **Digital News Report 2024** è la tendenza degli individui a evitare intenzionalmente o inconsapevolmente il consumo di notizie. Questo comportamento può manifestarsi in diverse forme, tra cui l'evitamento abituale o situazionale, e può riguardare tutte le notizie o solo specifici argomenti.
- Il rapporto evidenzia un calo significativo dell'interesse per le notizie in Italia, passato dal 74% nel 2016 al 40% nel 2024. Nonostante ciò, il 63% degli italiani continua a informarsi più volte al giorno. Tuttavia, quasi la metà degli intervistati (41%) si sente sopraffatta dalla quantità di notizie, un aumento rispetto al 28% del 2019.
- Le principali ragioni di questo fenomeno includono:
  - **Difficoltà e complessità:** molti intervistati affermano che alcune le notizie sono troppo difficili da comprendere.
  - **Effetto negativo sull'umore:** molti intervistati affermano che le notizie influenzano negativamente il loro stato d'animo, portandoli a evitarle per preservare il benessere mentale.
  - **Eccessiva copertura di argomenti ripetitivi:** una copertura intensa e ripetitiva di temi come conflitti internazionali o crisi sanitarie può portare alla saturazione e all'evitamento delle notizie da parte del pubblico.
  - **Sensazione di impotenza:** alcuni ritengono di non avere il controllo o la capacità di influenzare gli eventi riportati, portandoli a evitare le notizie per ridurre sentimenti di frustrazione o impotenza.



# ATTENTION LOSS, NEWS AVOIDANCE, AND NEWS FATIGUE

PROPORTION THAT SAY THEY FEEL WORN OUT BY THE AMOUNT OF NEWS (2019 AND 2024) - SELECTED COUNTRIES



Q1e\_2019. Please indicate your level of agreement with the following statement. - I am worn out by the amount of news there is these days. Base: Total sample in each country-year = 2000.

SELECTED NEWS AVOIDANCE AT HIGHEST LEVELS RECORDED - ALL MARKETS

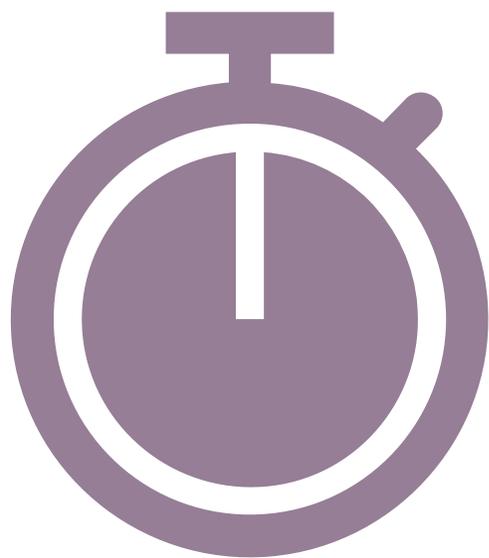
**39%**  
say they often or sometimes avoid the news these days ...

... up from **29%** in 2017

*World news is far too depressing at the moment with most news channels reporting on the same things.*  
Female, 45, UK

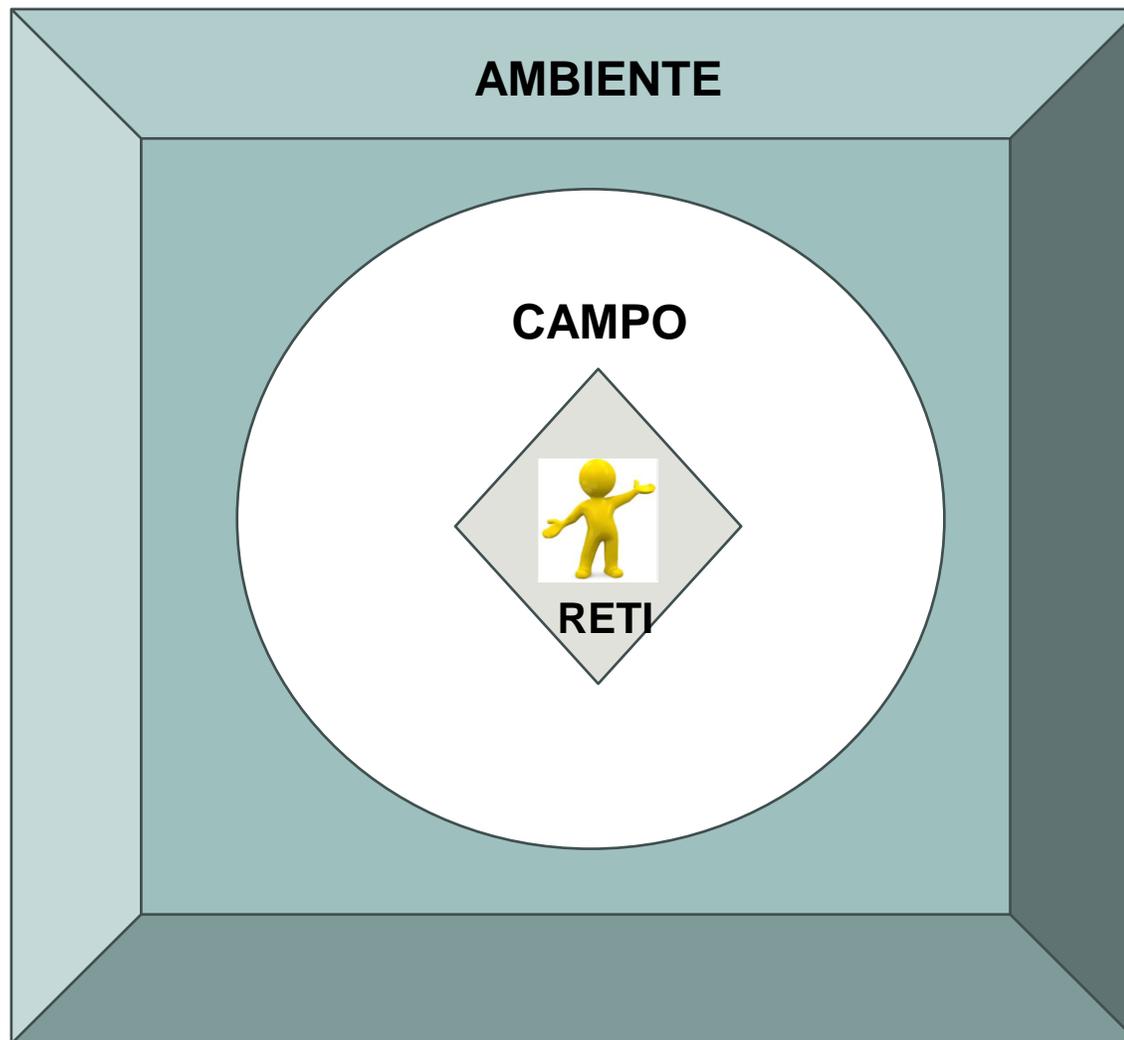
Q1d1\_2017. Do you find yourself actively trying to avoid news these days? Base: Total sample in each country-year = 2000. Note: Number of markets grew from 36 in 2017 to 47 in 2024. Markets listed in online methodology.



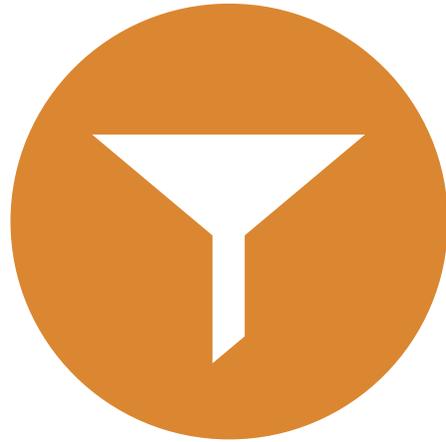


**La qualità  
dell'informazione è  
una questione  
ambientale, ovvero di  
sistema**

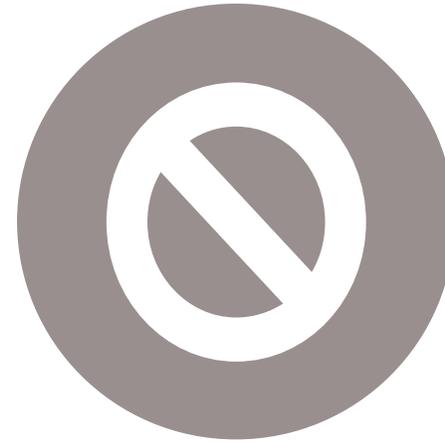
# **(DIS)informare è un processo multilivello**



# **Le dinamiche «ostacolo» sono prima di tutto cognitive**



**SELETTIVITÀ**



**PREGIUDIZIO DI  
CONFERMA**



# Al centro del problema c'è il soggetto

- La formulazione dei giudizi avviene sulla base di **euristiche cognitive** e **bias cognitivi** di credenza e di conferma (D. Kahneman, *Pensieri lenti, pensieri veloci*)
- Le **euristiche** sono scorciatoie cognitive che portano a conclusioni veloci con il minimo sforzo. I **bias cognitivi** sono particolari euristiche usate per esprimere dei giudizi attraverso stereotipi e pregiudizi disponibili.
- L'euristica dell'ancoraggio ci consente di trarre «al volo» le conclusioni su un problema molto complesso;
- I **bias cognitivi codificati sono oltre duecento**, quindi il potenziale di deformazione del giudizio in funzione delle rispettive soggettività e punti di vista è ragguardevole. Per es. il **bias di overconfidence**, in seguito al quale giudichiamo sulla base di una sopravvalutata competenza e di un'eccessiva fiducia nelle nostre esperienze e capacità. Poi il **bias di proiezione**, in base al quale diamo per scontato che la maggior parte degli altri condivide il nostro punto di vista. O ancora il **bias della negatività**, per effetto del quale tendiamo a credere che ciò che è negativo è più importante di ciò che è positivo.



# **Soluzioni? No!**

## **Pratiche adattive**

- Conoscenze competenze degli ecosistemi mediale e algoritmico (il campo di gioco)
- Socializzazione alle culture che legittimano le istituzioni sociali

